



Universidade de Brasília — UnB

Faculdade de Comunicação

Departamento de Jornalismo

Quadrado Literário: uma plataforma de divulgação da literatura brasileira

Michael Leandro Rios

Brasília, novembro de 2018



Universidade de Brasília — UnB

Faculdade de Comunicação

Departamento de Jornalismo

Quadrado Literário: uma plataforma de divulgação da literatura brasileira

Memorial descritivo do produto apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em comunicação Social com habilitação em jornalismo, sob a orientação da Professora Célia Matsunaga e do Professor Paulo Paniago.

Brasília, novembro de 2018

Quadrado Literário: uma plataforma de divulgação da literatura brasiliense

Michael Leandro Rios

Memorial descritivo do produto apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em comunicação social com habilitação em jornalismo, sob a orientação da Professora Célia Matsunaga e do Professor Paulo Paniago.

Brasília, novembro de 2018

BANCA EXAMINADORA

CÉLIA MATSUNAGA
Orientadora

PAULO PANIAGO
Co-orientador

VICTOR CRUZEIRO
Membro

MÁRCIA MARQUES
Suplente

AGRADECIMENTOS

À Aulerita Mendes, Giane Simão, Gisa Santos e Julyane Pereira. Obrigado por sempre me motivarem e apoiarem nas decisões que tomei nesses últimos anos.

Aos escritores brasileiros que se disponibilizaram para uma conversa sobre a literatura da cidade e se animaram com a proposta — principalmente Kássia Monteiro, que colaborou com mensagens de incentivo e novas ideias.

Aos meus orientadores, Célia Matsunaga e Paulo Paniago — uma abriu meus olhos para o quanto a comunicação visual é importante, além do texto jornalístico, e o outro me deu ânimo para continuar a falar sobre o que gosto: literatura.

Aos meus colegas de design, jornalismo e comunicação organizacional Fernanda dos Santos, Gabriel Medeiros, Lucas Ludgero, Matheus Maia, Matheus Natan, Matheus Serafim e Vinícius Lage. Eles não só ajudaram a tornar o *website* mais belo, como deram dicas importantes para a criação do **Quadrado Literário**.

Aos meus amigos Isabella Veloso, Ludmilla Carvalho, Paulo Oliveira e Talita de Souza.

Ao Lucas Moreira, que me apoiou e fez este ano ser um pouco menos conturbado.

Aos meus chefes e colegas em estágios, especialmente Ana Paula Lisboa, Camila Antunes, Chico Macedo e Maria Clara Oliveira, que ampliaram minha visão sobre o mercado de trabalho e trouxeram experiências valiosas para o futuro.

RESUMO

O projeto descrito neste memorial tem o objetivo de criar um produto comunicacional que promova a divulgação da literatura no Distrito Federal, o *website* **Quadrado Literário**. Tendo em mente que a capital ainda possui déficits com relação ao impulsionamento de atividades literárias, a plataforma vem para abrandar este problema com divulgação de informações e oportunidades para escritores e leitores. Dessa forma, pretende-se unir a linguagem visual e jornalística para atrair um público que encontrará no *website* informação e oportunidades que permeiam o universo literário de Brasília e as cidades-satélites.

Palavras-chave: 1. brasiliense; 2. escritores; 3. divulgação; 4. literatura; 5. website.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Divulgação/4ª Bienal Brasil do Livro e da Leitura.....	26
Figura 2. Favicon e URL do <i>website</i>	30
Figura 3. Primeira logo planejada.....	31
Figura 4. Segunda logo planejada.....	31
Figura 5. Terceira logo, por Matheus Natan (colaborador).....	35
Figura 6. Logo e cores escolhidas.....	35
Figura 7. Logo aplicada, com foto sem filtro.....	33
Figura 8. Logo aplicada, com foto e filtro na cor preta	33
Figura 9. Logo, com foto e filtro na cor sépia	34
Figura 10. Logo aplicada, com imagem saturada – versão final	34
Figura 11. Projeto de cores do <i>website</i>	35
Figura 12. Início do site Quadrado Literário	36
Figura 13. Aba de notícias do <i>website</i>	37
Figura 14. Aba de eventos do <i>website</i>	37
Figura 15. Aba com lista de concursos e oportunidades literárias	38
Figura 16. Aba de apresentação do projeto	39
Figura 17. Aba de contato e envio de contribuições para o <i>website</i>	39
Figura 18. Transição de slides do <i>website</i>	40
Figura 19. Aba com as principais notícias do <i>website</i>	40
Figura 20. Marcador versão 1	46
Figura 21. Marcador versão 2 - final.....	46
Figura 22. Canal no YouTube do Quadrado Literário	49

Figura 23. Capa do canal no YouTube.....	49
Figura 24. Imagem escolhida para o perfil do canal.....	49
Figura 25. Página no Facebook do Quadrado Literário	50
Figura 26. Capa da página no Facebook	50
Figura 27. Imagem escolhida para a página do Facebook.....	50
Figura 28. Conta no Twitter do Quadrado Literário	51
Figura 29. Capa no Twitter	51
Figura 30. Imagem escolhida para a conta no Twitter.....	51

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 OBJETIVOS.....	11
3 METODOLOGIA	12
3.1 PROPOSTA PARA A CRIAÇÃO DO PRODUTO	12
3.2 CONTRIBUIÇÕES DO PÚBLICO BRASILIENSE	15
4 REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
4.1. O USO DO AMBIENTE VIRTUAL COMO FORMA DE DIVULGAÇÃO.....	17
4.2. A INTERNET COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO E DISSEMINAÇÃO CULTURAL	19
4.3 SOBRE BRASÍLIA	20
4.4 AS COLETÂNEAS E ANTOLOGIAS COMO FORMA DE DIVULGAÇÃO.....	24
4.5 JORNALISMO LITERÁRIO.....	26
5 O PRODUTO.....	28
5.1 MISSÃO E VALORES DO QUADRADO LITERÁRIO	28
5.2 <i>LAYOUT</i> DA PÁGINA	29
5.3 LOGO DO <i>WEBSITE</i>	30
5.4 CORES DO QUADRADO LITERÁRIO	34
5.5 ABAS PRINCIPAIS DO <i>WEBSITE</i>	35
6 PLANEJAMENTO FINANCEIRO	40
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
8 REFERÊNCIAS.....	42
9 ANEXOS	45

1 INTRODUÇÃO

O **Quadrado Literário**¹ — produto descrito neste documento — surge do desejo de aproximar leitores e escritores que residem no Distrito Federal para expandir o número de brasilienses que consomem literatura e desenvolver um canal de comunicação on-line que amplie o universo cultural da capital.

No DF, a divulgação dos escritores locais é escassa, assim como as editoras que propiciam essa conversa entre leitores e autores. As antologias vieram como forma de captar o público e unir os artistas em prol de novos projetos que favoreçam o crescimento do universo literário brasiliense, mas a chegada da internet ofereceu uma oportunidade maior para o cumprimento dessa tarefa.

Em fevereiro de 2018, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) de 2016. Nela, Brasília liderava o ranking de utilização de internet no Brasil. A análise expôs que 85,3% das pessoas do Distrito Federal — aproximadamente 2,5 milhões da população atual² — acessou a web no último trimestre daquele ano.

Além disso, o número de leitores no país passa por gradual crescimento: o Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística (Ibope) fez a 4ª edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, a pedido do Instituto Pró-Livro, e o levantamento estima que, em 2015, havia aproximadamente 104,7 milhões de leitores no país³, um crescimento de 6% em relação a 2011. A mostra contou com 5.012 entrevistados em 315 municípios.

Existe, portanto, um cenário propício para a criação de uma plataforma voltada para escritores e leitores brasilienses e a ampliação do público consumidor que pode ser alcançado virtualmente.

A temática do produto se dá pelo desejo de Michael Rios, graduando em jornalismo, trabalhar com literatura — desde a escolha de cursar comunicação

¹ **Quadrado Literário**. 2018. Disponível em: <www.quadradoliterario.com>. Acesso em: 24 outubro de 2018.

² IBGE (2018). **IBGE Cidades**. Disponível em: <www.cidades.ibge.gov.br/brasil/df/brasil/panorama>. Acesso em: 25 outubro 2018.

³ Em 2015, a população estimada pelo IBGE no Brasil era superior a 205 milhões. Fonte: **IBGE | Projeção da População**. Disponível em: <www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao>. Acesso em 27 outubro 2018.

social até o hobby de escrever contos e romances. A Universidade de Brasília (UnB) abriu portas para o contato do aluno com o mercado literário do Distrito Federal, assim como propiciou uma leitura crítica dos pontos negativos e positivos da literatura regional. O desejo de aperfeiçoar a divulgação literária do DF e trazer novos projetos e oportunidades aos escritores foi o pontapé inicial para este trabalho de conclusão de curso.

Atualmente, pretende-se levar adiante o projeto com a inserção das mídias sociais, produção de conteúdo para o *website* e a criação de eventos que incentivem o encontro e parcerias entre autores e leitores do DF.

2 OBJETIVOS

1. Planejamento e criação do **Quadrado Literário**, plataforma on-line para a divulgação da literatura brasiliense.
2. Definição da marca e desenvolvimento do *layout*.
3. Definição da missão e valores do **Quadrado Literário**.
4. Criação e edição de textos a serem postados no *website*;
5. Planejamento financeiro.
6. Abertura ao público.

3 METODOLOGIA

3.1 PROPOSTA PARA A CRIAÇÃO DO PRODUTO

A partir da disciplina Pré-Projeto Experimental em Jornalismo, ministrada no segundo semestre de 2017 pela professora Dione Oliveira Moura, na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB), formou-se a ideia de utilizar uma plataforma de divulgação cultural com foco em literatura.

A priori, foi planejada uma revista impressa que reunisse entrevistas e notícias sobre o cenário literário do Distrito Federal. A ideia não seguiu curso quando se chegou à conclusão de que, para alcançar mais público, a internet seria o veículo ideal para o produto.

Com isso, houve a proposta de usar as mídias sociais para sediarem o projeto, de modo que o Facebook seria o principal veículo de comunicação, pela praticidade e ferramentas disponíveis — exemplo da aba “Eventos”, que serve como meio de reunir usuários e informar sobre festividades e demais acontecimentos.

Nesse período houve a proposta de se trabalhar com a capital do país e artistas daqui, de modo que, quando o mercado editorial de Brasília revelou problemáticas quanto ao número pífio de editoras, consumidores da literatura local e o incentivo à publicação, a ideia de reunir os autores em uma plataforma digital — que trouxesse um conteúdo de credibilidade, podendo ser acessado a qualquer momento — veio à tona.

Em seguida, a criação do *website* passou a ser o foco principal da iniciativa. A decisão foi de construir um local para expor oportunidades e destacar eventos que autores e leitores pudessem frequentar. Para isso, levou-se em conta que não existe uma página na internet popularmente conhecida entre consumidores da literatura candanga. Trata-se de uma lacuna que pode ser explorada e levada a iniciativas similares.

Para a conclusão do curso de comunicação social ainda no segundo semestre de 2018, a construção da plataforma foi tida como meta. Foi definido que haveria no *website*, notícias sobre concursos que escritores da capital poderiam participar, eventos e demais textos de incentivo a escrita e informação sobre o mercado cultural.

Com a pretensão do *website* ter continuidade após o fim da defesa da banca na FAC/UnB, foi importante que o domínio (endereço na web) e *layout* do

projeto estivessem concluídos antes de novembro de 2018, para que os examinadores e orientadores pudessem dar sugestões sobre o que deveria continuar e o que poderia ser descartado para o futuro da proposta.

Foi definido que o público alvo da plataforma estaria na faixa dos 18 a 50 anos de idade. Isso porque, pesquisa da Pnad, feita pelo IBGE, concluiu que a utilização da internet em 2016 foi crescente, alcançando o máximo entre os jovens de 18 a 24 anos (85,4% na faixa dos 18 ou 19 anos; e 85,2% na faixa de 20 a 24 anos). Adultos com mais de 60 anos demonstraram a menor porcentagem de uso (24,7%), o que incentivou a delimitação do público para abaixo desta idade.

Outra definição foi que as redes sociais — unidas às peças visuais e texto — fossem deixadas em segundo plano até o *website* do **Quadrado Literário** estar pronto para entrar no ar.⁴ Assim, haveria uma concentração de esforços também no conteúdo a ser veiculado.

Entre as aulas do curso de Comunicação Social, o estágio em jornalismo na Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN) e as leituras e estudos sobre como manusear os programas de edição de imagem — *Illustrator* e *Photoshop* foram ferramentas utilizadas na construção das peças visuais do **Quadrado Literário** —, foram feitas matérias com escritores locais que se mostraram abertos a fazer parte desta primeira versão do ambiente virtual. Entre outubro e setembro foram entrevistados: Chico Macedo (autor de *Meu futuro livro sobre futebol*), Clara Arreguy (autora de *Segunda divisão*) e Anderson Olivieri (autor de *Anos 90 – Um campeão chamado Cruzeiro*).

Em seguida, outros conteúdos disponibilizados na plataforma foram: lista de concursos literários que autores de Brasília podem se inscrever, resenha sobre o livro *Mulheres que mordem*, de Beatriz Leal, e uma agenda, atualizada semanalmente, com eventos.

⁴ Em setembro de 2018 foram criadas as seguintes redes sociais: **Facebook**. Disponível em: <www.facebook.com/quadradolit>; **Twitter**. Disponível em: <www.twitter.com/quadradolit>; **Youtube**. Disponível em: <www.youtube.com/quadradoliterario>; e **Instagram**. Disponível em: <www.instagram.com/quadradolit>. Acessos em 25 de outubro de 2018. As imagens utilizadas em cada plataforma até novembro de 2018 são provisórias e podem ser alteradas conforme conclusão do *website*.

Após o site se consolidar, existe a pretensão de entrevistar escritores de destaque no meio literário do Distrito Federal. Alguns como: Nicolas Behr, Dad Squarisi, Conceição Freitas, Anderson Braga Horta e Lourdes Teodoro.

Para o futuro, a plataforma precisará pensar em alternativas que permitam a manutenção com custos acessíveis, como parcerias e abertura de anúncios publicitários. Também passa a ser importante unir uma equipe para auxiliar nas questões que podem surgir durante a consolidação do produto.

Em suma, a interface digital permite constante movimentação de dados e contribuições dos usuários — com e-mails, comentários nas postagens e compartilhamentos. Na internet, o que é publicado pode ser avaliado e mensurado durante todo o período que permanecer no ar. Assim, os *feedbacks* serão de vital importância para a evolução do **Quadrado Literário**, podendo o produto ganhar novos traços e variações até alcançar a versão final.

3.2 CONTRIBUIÇÕES DO PÚBLICO BRASILIENSE

Em *No compasso das letras*, o escritor e professor da UnB Paulo Paniago diz que “Literatura e Brasília estão à procura de identidade” (2012, p. 15). Trata-se de uma cidade formada por pessoas vindas de todos os lugares, com uma mistura cultural que escapa às definições e se influencia pela vocação da cidade para o setor administrativo. O autor diz que essa tendência “se refletiu no campo literário, como espécie de epidemia que provocou proliferação de associações, academias e um sindicato em torno dos quais o discurso literário se formou” (PANIAGO, 2012, p. 15).

Escritores brasilienses tentam encontrar ordem em meio à mistura cultural da literatura do DF, mas o autor defende que enquanto o habitante de Brasília insistir na busca pela identidade, ela tenderá a não se apresentar. “Quando finalmente o tema for cifrado, sair da pauta, talvez seja então, paradoxalmente, que a cidade começará a ser definida”, afirma Paniago (2012, p. 24).

Enquanto a literatura da capital é envolvida por essa dualidade, o Distrito Federal tem a ganhar com o crescimento do incentivo aos escritores e leitores locais. Maior produção e número de leituras criam um terreno fértil para a inserção e ampliação do **Quadrado Literário**.

O *website*, além da divulgação de notícias, entrevistas e oportunidades de entrada no mercado literário brasiliense, também estará aberto para a contribuições de autores que procuram disseminar a cultura. Haverá um filtro de matérias, crônicas, contos, poemas e demais textos recebidos, na aba “contato” da plataforma, que serão publicados mensalmente — conforme quantidade de textos recebidos. O espaço estará disponível para essa participação, desde que os textos respeitem os critérios a serem definidos e os valores do **Quadrado Literário**.

Também haverá um *mailing* (banco de dados com informações de contato) de autores que contataram a plataforma e podem contribuir com informações sobre iniciativas literárias. O objetivo é que o *website* se transforme em um espaço frequentado por esses artistas, que poderão, inclusive, ter contato com as ideias de outros artistas. Trata-se de um incentivo não apenas à divulgação, mas à escrita e o surgimento de novas propostas. Com isso, o portal abre espaço para que autores de Brasília conheçam uns aos outros e consigam reunir informações sobre o mercado editorial para melhorá-lo.

Sobre a extensão do *website*, como dito anteriormente, a proposta do **Quadrado Literário** é a divulgação de escritores brasilienses na capital. Ou seja, é importante fazer os habitantes locais conhecerem o que é feito em Brasília antes de nos comunicarmos com os demais territórios. O ambiente virtual tem a pretensão de focar primariamente no DF e Entorno antes de começar o diálogo com o público externo. Por isso ações fora do ambiente on-line também serão tarefas para o futuro do projeto, de modo a abrir possibilidades de promover eventos próprios, quando possível, e buscar parcerias com quem investe em carreira literária.

Por fim, o que teve início com o propósito de reunir reportagens e entrevistas em um volume impresso único, englobou novos conceitos. A intenção é conversar diretamente com os autores de Brasília e convidá-los a colocar o *website* entre os favoritos no navegador on-line deles. Desse modo, será possível a criação de um universo digital em que leitores e escritores estarão presentes, em uma relação de benefício mútuo — o escritor recebe divulgação e o leitor a oportunidade de consumir literatura e conhecer artistas locais.

Um exemplo de ação que visa essa praticidade — alcançar artistas locais — é o PoemApp⁵, desenvolvido em 2017 pela poeta e ativista cultural Marina Mara. A proposta é mapear os lugares onde se pode encontrar poesia no território nacional. Inclusive, eventos em Brasília cadastrados por usuários da plataforma servirão como referência para a inserção de conteúdo na aba “Agenda de eventos” do *website*.

⁵ **PoemAPP**. 2017. Disponível em: <www.poemapp.com.br>. Acesso em 30 out 2018.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 O USO DO AMBIENTE VIRTUAL COMO FORMA DE DIVULGAÇÃO

Os escritores da Geração Z — definição sociológica, que ajuda a entender mudanças de comportamentos e visões de indivíduos ao longo do tempo, criada por especialista, que engloba os nascidos entre 1990 e 2010⁶ — utilizam a internet e mídias sociais como uma forte ferramenta de divulgação de obras literárias.

No artigo *O comportamento da geração Z e a influência nas atitudes dos professores*, publicado pela graduanda da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT) Priscilla Bassitt Ferreira Toledo — orientada pela professora Rosa Almeida Albuquerque e co-orientada pelo professor Ávilo Roberto de Magalhães, em 2012 — descreve que a Geração Z é formada por indivíduos constantemente conectados através de dispositivos portáteis. O “Z”, como descrito no texto de Priscilla, vem de “zapear”, ou seja, trocar os canais da TV de maneira rápida e constante com um controle remoto, em busca de algo que seja interessante de ver ou ouvir ou, ainda, por hábito.

É justamente pelo forte contato da Geração Z com os meios digitais que os escritores brasileiros mais jovens se concentram nas mídias sociais para impulsionar textos e demais projetos literários.

Além disso, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios sobre o *Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal* também constatou que 69,3% dos 69.318 milhões de domicílios analisados utilizavam a internet. Nos 21.247 milhões de domicílios do país em que não havia presença da web, os motivos que mais se destacaram para não a usar foram: falta de interesse (34,8%); o serviço de acesso era caro (29,6%); e nenhum morador sabia usar (20,7%).

A presença forte dos brasileiros no ambiente on-line possibilita oportunidades fortes para revelar talentos e trabalhos. Vestígios da Geração Z tendo êxito na divulgação da literatura na internet estão presentes em cases de sucesso, como o surgimento de novos escritores que ganham destaque a partir

⁶ O artigo *O comportamento da geração Z e a influência nas atitudes dos professores*, logo na página 4, diz que a Geração Z não tem uma data definida. Ela pode ser integrante ou parte da Geração Y, já que a maioria dos autores posiciona o nascimento das pessoas da Geração Z entre 1990 e 2010. Vale ressaltar que o mesmo artigo coloca a Geração Y como as pessoas nascidas entre os anos 1980 e meados de 1990.

de comunidades on-line voltadas para escritores amadores (a exemplo do **Wattpad**, **Recanto das Letras**, **Niah!** e **Medium**).⁷

Matéria publicada no jornal *Metrópoles* em julho de 2016, assinada pelo jornalista Paulo Lannes,⁸ entrevistou jovens escritores brasileiros que usam as mídias sociais como principal forma de divulgação. A reportagem mapeia que, dentro de uma geração que cresceu diante da tela do computador e o fortalecimento dos smartphones, eles (os jovens) veem que a melhor forma de divulgar é utilizar diferentes redes sociais. A quantidade de seguidores no Facebook, Instagram e Twitter associa-se, para os escritores da Geração Z, diretamente ao número de leitores. Isso é exemplificado na fala da entrevistada Marina Oliveira, que diz que “as redes sociais são o novo cartão de visitas. Querendo ou não, a quantidade de seguidores e curtidas no meio virtual indicam o quanto o seu trabalho é interessante para as pessoas”.

Essa visão pode ser melhor aplicada aos que utilizam a mídia social como forma direta de publicação — inserindo o texto na plataforma para serem lidos em vez de apenas divulgá-lo —, como o caso de João Doederlein, que reúne mais de 765 mil seguidores na página do Facebook *Contos Mal Contados* e 1 milhão de seguidores no Instagram. Com textos curtos e poemas, o autor consegue engajamento e interação com os seguidores.

De volta à pesquisa do IBGE sobre a utilização da internet, nas Unidades da Federação o percentual de domicílios em que havia uso da internet foi maior no Distrito Federal (89,4%) — sendo São Paulo o segundo mais elevado (80,4%). Na população de 179.424 milhões de pessoas com 10 anos ou mais, o Distrito Federal destacou-se das demais Unidades da Federação com o maior percentual de indivíduos que utilizaram a internet (85,3%), no período de referência dos últimos três meses do quarto trimestre de 2016. Assim, escritores da capital encontram nas redes sociais um local propício para a disseminação de conteúdo para o público brasileiro.

⁷ Lista das comunidades voltadas para escritores amadores: **Wattpad**. Disponível em: <www.wattpad.com>; **Recanto das Letras**. Disponível em: <www.recantodasletras.com.br>; **Nyah! Fanfiction**. Disponível em: <www.fanfiction.com.br>. **Medium**. Disponível em: <www.medium.com>. Acessos em 25 out. 2018.

⁸ **JOVENS escritores do DF conquistam milhares de fãs nas redes sociais**. *Metrópoles*: Paulo Lannes, 2016. Disponível em: <www.metropoles.com/entretenimento/literatura/jovens-escritores-do-df-conquistam-milhares-de-fas-nas-redes-sociais>. Acesso em: 25 out. 2018.

4.2 A INTERNET COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO E DISSEMINAÇÃO CULTURAL

As redes sociais formaram um ambiente virtual capaz de interligar pessoas de diferentes localidades e meios culturais, que possibilita a interação entre elas, mediada por uma tela que proporciona a dinâmica do emissor e receptor de mensagens on-line.

Com as redes sociais pode-se expandir o universo cultural e transportar indivíduos para casas do mundo inteiro, compartilhar eventos, páginas e divulgar nomes de recém-chegados ao mercado cultural — seja do meio literário, do teatro, música, cinema ou outros nichos.

No artigo *Análise das redes sociais para o segmento cultural*, publicado em 2013, a professora e diretora de Economia da Cultura da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, Carmen Lima, e a pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Elizabeth Loiola, procuram explicar como as novas tecnologias fornecem a base material para proliferação, em toda estrutura social, de uma lógica de redes, originando uma sociedade em rede.

O texto de Lima e Loiola discorre sobre a divulgação em redes sociais e fala que uma das características da produção cultural é sua realização por projeto, o que demanda captação e articulação de recursos no mercado. As autoras afirmam que em sistemas de produção dessa natureza, “laços sociais e papéis desempenhados por cada ator parecem explicar a capacidade de mobilização dos recursos necessários e sua utilização” (LIMA e LOIOLA, 2013, p. 44).

Assim, as relações interpessoais tornam-se importantes para a captação de recursos. Redes sociais possibilitam essa interação e se transformam em um ambiente propício para o escritor apresentar novas obras e abrir um canal de diálogo com o leitor. O público pode se beneficiar com o acesso e interação ao conteúdo enquanto o escritor, com a ampliação e impulsionamento da obra. Por esta razão, as mídias sociais serão uma ferramenta de importância para o **Quadrado Literário** e serão usadas com frequência após o processo de finalização do *website*.

4.3 SOBRE BRASÍLIA

A Capital Federal foi fundada em 21 de abril de 1960 e fez parte do plano de metas do então presidente Juscelino Kubitschek. O território começou a ser planejado e desenvolvido em 1956 pelos arquitetos Lucio Costa e Oscar Niemeyer, com cálculos estruturais do engenheiro Joaquim Cardoso.

brasília nasceu de um gesto primário

dois eixos se cruzando,
ou seja, o próprio sinal da cruz

como quem pede bênção ou perdão
(Behr, 2007, p. 56)

Com 5.779.997 km² e população estimada em 2.974.703 pessoas,⁹ o Distrito Federal é formado por indivíduos vindos do Nordeste, Sudeste, Norte e Sul do Brasil, bem como territórios estrangeiros. Essa variedade de habitantes faz a região apresentar diversidade com relação ao cinema, música e demais artes, que vão além das maravilhas arquitetônicas brasilienses.

Grandes nomes se sobressaem no cenário cultural do DF: no cinema, com os diretores Afonso Brazza e o premiado Vladimir Carvalho¹⁰ — destaque no Festival de Brasília do Cinema Brasileiro — e na música, com Renato Russo, a banda Raimundos, Legião Urbana e Zélia Duncan.

Quanto a literatura, um cenário pessimista é analisado no livro *O cristal e a chama: a linguagem literária que traduz o objeto Brasília*, dissertação de mestrado defendida em 1999 e publicada em 2002 a partir do Projeto Bolsa Brasília de Produção Literária. A autora, Maria da Glória Barbosa, é mestre em Literatura Brasileira pela UnB e diz que ninguém vive de arte em Brasília.

A escritora afirma que na capital os livros são vendidos praticamente apenas nos lançamentos e os autores compram uns dos outros, quase o que poderia ser considerado troca de favores.

Existe uma literatura brasiliense, mas é desconhecida do grande público. Este está interessado em nomes já consagrados na

⁹ IBGE (2018). **IBGE Cidades.** Disponível em: <www.cidades.ibge.gov.br/brasil/df/brasilia/panorama>. Acesso em: 25 de outubro de 2018.

¹⁰ Afonso Brazza é diretor de filmes como *Fuga sem destino* (2002) e *Tortura selvagem - A grade* (2001); e Vladimir Carvalho acumula em sua filmografia obras como *Rock Brasília - Era de Ouro* (2011) e *Barra 68* (2000)

literatura nacional e internacional e em obras de alta rotatividade comercial, como os manuais de autoajuda ou as biografias de gente que alcançou projeção, devido aos meios de comunicação de massa (BARBOSA, 2002, p. 18).

Sobre a divulgação das obras literárias no Distrito Federal, *O cristal e a chama* traz uma inquietação ao leitor com relação ao trabalho das editoras. No momento do lançamento dos livros, Barbosa diz que “as editoras são antes gráficas, que têm como principal fonte de renda a máquina burocrático-administrativo do Estado, sendo que, eventualmente, ‘publicam’ (entre aspas porque quem paga geralmente tal publicação é o próprio autor) obras literárias de escritores locais. Tais obras não são prestigiadas pelas livrarias da cidade” (2002, p. 16). E acrescenta que as livrarias se encontram ocupadas em divulgar em suas vitrines prioritariamente a produção internacional e a do eixo Rio de Janeiro/São Paulo, de onde vem a maior parte da produção literária consumida pelos leitores brasilienses.

Para o jornalista, engenheiro aeronáutico e mestre em ciência Luiz Carlos Guimarães de Costa, na obra *História da literatura brasiliense*, o cenário é mais brando. O autor diz que, na busca de uma identificação cultural, os habitantes de Brasília que escrevem procuram unir aspirações, vontades e talentos, tentando transformar este cenário multifacetado de brasileiros em uma congregação de brasilienses.

Nesse contexto, os escritores locais se unem e se adequam à diversidade existente na cidade.

Os escritores de Brasília, como tudo na própria capital, são uma miscelânea de brasileiros nascidos nos mais diversos rincões, que para cá trouxeram suas vocações e seus talentos, originais é verdade, mas moldados em suas origens regionais”(COSTA, 2005, p. 23).

São citados três tipos de pioneiros para a literatura da capital na obra *História da literatura brasiliense*:

- os que chegaram antes da cidade, na fase inicial do projeto e aguardaram até que Brasília ficasse pronta (como Clemente Luz, José Santiago Naud e Lourdes Teodoro);
- os que chegaram juntos da cidade, escritores que na inauguração apareceram na terra recém-criada (como Alphonsus de Guimaraens Filho, Anderson Braga Horta, Romeu Jobim); e
- os que foram chegando e continuaram a aparecer (exemplos como João Emílio Falcão, Fernando Mendes Vianna, Samuel Rawet).

A respeito das grandes obras brasilienses publicadas, o poeta Nicolas Behr diz que muito se escreve sobre Brasília, mesmo quando ela ainda nem existia, e, no livro de verbetes *Brasília-A-Z: cidade palavra*, cita os exemplares mais importantes que encontra na própria biblioteca:

- *Relatório do Plano Piloto*, de Lucio Costa.
- *Brasília Kubitscheck de Oliveira*, de Ronaldo Costa Couto.
- *História de Brasília*, de Ernesto Silva.
- *Renato Russo, o filho da revolução*, de Carlos Marcelo.
- *Brasília — Memória da Construção — Vol. I e II*, de L. Fernando Tamanini.
- *A mudança da Capital*, de Adirson Vasconcelos.
- *A cidade modernista — uma crítica de Brasília e sua utopia*, de James Holston.
- *Expresso Brasília*, de Edson Beú.
- *Invenção da cidade*, de Clemente Luz.
- *JK, o artista do impossível*, de Claudio Bojunga.
- *Registro de uma vivência*, de Lucio Costa.
- *Vários títulos*, de Aldo Paviani.
- *O capital da esperança*, de Gustavo Lins Ribeiro.
- *Cidade livre*, de João Almino.
- *Brasília: a fantasia corporificada*, de Brasilmar Ferreira Nunes.
- *Guiarquitetura Brasília*, da Editora Abril.
- *Relatório Cruls* (Codeplan).

- *Porque construí Brasília*, de Juscelino Kubitschek de Oliveira.
- *Brasília — antologia crítica*, de Alberto Xavier e Julio Katinsky (org.).
- *Brasília aos 50 anos — que cidade é essa?*, de Beth Cataldo e Graça Ramos (org.).
- *História da Terra e do Homem no Planalto Central*, de Paulo Bertran.
- *A invenção da superquadra*, de Marcilio Mendes Ferreira e Matheus Gorovitz.
- *Coleção Brasiliense*, patrocinada pelo ParkShopping, com cinco volumes, editada pela Multicultural Arte e Comunicação entre 2004 e 2012.
- *Coleção Arte em Brasília*, em 10 volumes: *Arquitetura* (Eduardo Rossetti), *Artesanato* (Malba Aguiar e Mercês Parente), *Artes Cênicas* (Celso Araujo), *Artes Visuais* (Renata Azambuja), *Cinema* (Sérgio Moriconi), *Esporte* (Paulo Rossi e Luiz Roberto Vilela), *Literatura* (Paulo Paniago), *Manifestações Populares* (Lara Amorin) e *Música* (Severino Francisco).

4.4 AS COLETÂNEAS E ANTOLOGIAS COMO FORMA DE DIVULGAÇÃO

Antes de escritores se tornarem conhecidos, em qualquer região que habitam, é necessária uma forma de divulgação para conquistar o público. Na obra *História da literatura brasiliense*, há uma prévia do cenário literário da capital — focando no início dos anos de 1960 e 1980 até chegar a 2005 — e são apresentadas entidades que propagaram e incentivaram obras literárias no Distrito Federal e escritores que utilizaram na expansão das obras candangas.

Costa considera *Contistas de Brasília*, lançado em 1965, uma das mais importantes antologias brasilienses. Na obra foram reunidos 21 escritores e somente 15 anos após o lançamento dessa primeira antologia, já na década de 1980, foi criada a *Conto Candango*, reunindo 27 contistas, com 28 contos. Por fim, em 1988, Napoleão Valadares, então presidente da Associação Nacional de Escritores (ANE), reuniu autores exclusivamente filiados à entidade e organizou a oitava antologia de contos de escritores de Brasília intitulada *Contos Correntes*, com 18 contistas e 58 textos.

Seguindo para os anos 90, destaca-se a obra *Antologia de contos brasilienses*, lançado no shopping Conjunto Nacional, com patrocínio da Secretaria de Cultura do Distrito Federal, por meio do Fundo da Arte e da Cultura. Além disso, em 1995 e 1996, foi publicada em dois volumes a primeira antologia de crônicas por escritores brasilienses chamada *Cronistas de Brasília*, com 35 autores e 119 crônicas.

Destaca-se nesse ponto a importância de entidades de Brasília para a divulgação da literatura do Distrito Federal. Além da ANE, outras organizações são responsáveis por trazer destaque ao autor brasiliense. Algumas delas são: as Academias de Letras e Artes, o Instituto Histórico e Geográfico do Distrito Federal (IHG-DF), o Sindicato dos Escritores do Distrito Federal (SEDF), o Grupo de Estudos em Literatura Brasileira Contemporânea e o Governo de Brasília (GDF). O governo representa um grande incentivador para as ações dos autores locais. A lei de incentivo à cultura no Distrito Federal (Lei nº 5.021, de 22 de janeiro de 2013)¹¹ é um mecanismo de apoio à produção e difusão de arte,

¹¹ A Lei nº 5.021/2013 dispõe sobre a concessão de incentivo fiscal para realização de projetos culturais. Disponível em: <www.fazenda.df.gov.br/aplicacoes/legislacao/legislacao/TelaSaidaDocumento.cfm?txtNumero=5021&txtAno=2013&txtTipo=5&txtParte=.>. Acesso em: 24 de outubro de 2018.

manifestações culturais, entretenimento e estímulo ao mercado criativo em parceria com a iniciativa privada, por meio de isenção fiscal. O texto visa o fortalecimento da economia da cultura e a ampliação do investimento de capital privado na área cultural.

Outra iniciativa é o Fundo de Apoio à Cultura (FAC), que abrange 239 iniciativas, com R\$ 20,1 milhões para execução cultural em 12 categorias: artesanato; artes plásticas, visuais e fotografia; cultura popular e manifestações tradicionais; dança; design e moda; literatura, livros e leitura; manifestações circenses; música; ópera e musical; patrimônio histórico e artístico material e imaterial; radiodifusão; e teatro.

A Bienal Brasil do Livro e da Leitura de Brasília (BBLL) é um grande exemplo de apoio e disseminação de literatura na capital. As edições de 2012, 2014 e 2016 receberam cerca de 800 mil visitantes e venderam mais de 900 mil livros. Entre 18 e 26 de agosto de 2018, no Centro de Convenções Ulysses Guimarães, ocorreu a quarta edição da BBLL. Com o tema *Os outros somos nós*, o maior evento destinado às letras na região central do país teve a participação de 40 escritores — entre brasileiros e estrangeiros — e 18 mesas que debateram assuntos como sexualidade, racismo, voz feminina, escrita da periferia, escrita indígena e tradução.



Figura 1. Divulgação/4ª Bienal Brasil do Livro e da Leitura

4.5 JORNALISMO LITERÁRIO

Jornalismo literário é uma especialização do repórter feita com a arte da literatura. No artigo *Para compreender o jornalismo literário*, publicado em 2013 no site *Observatório da Imprensa*, a jornalista Angélica Fabiane Weise diz que “o jornalismo literário, além de trazer as informações completas, somadas a uma boa narrativa escrita, proporciona ao leitor uma visão mais ampla do acontecimento”. Nesse contexto, o jornalismo literário vai além da abrangência dos fatos.

Felipe Pena, professor adjunto da Universidade Federal Fluminense (UFF), doutor em Literatura pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e autor de oito livros na área de comunicação, diz no ensaio *O jornalismo literário como gênero e conceito* que a vertente não tem a ambição apenas de fugir das amarras da redação de jornal ou de exercitar a veia literária em um livro-reportagem. Para ele, o conceito é muito mais amplo.

Pena acrescenta que o jornalismo literário não ignora o que aprendeu no jornalismo diário e não descarta as técnicas narrativas da profissão, como a apuração rigorosa, a observação atenta, a abordagem ética e a capacidade de se expressar claramente. O que a vertente faz “é desenvolvê-las de tal maneira que acaba constituindo novas estratégias profissionais. Mas os velhos e bons princípios da redação continuam extremamente importantes (PENA, 2007, p. 6).

Com o ritmo das redações, a rotina de apuração, *deadlines* e demais peculiaridades do trabalho de um jornalista, Pena diz que é preciso ser um gênio para manter um bom texto sob tais condições. “E, acreditem, eles existem. Aliás, conforme também já mencionei, apesar das limitações estilísticas, o trabalho na imprensa tem características fundamentais para a formação de um escritor”, explica (2007, p. 9). O escritor também fala que o jornalismo literário atraiu uma série de talentos que ousaram ultrapassar os limites da redação. Com o viés de explicar essa dinâmica, na FAC/UnB, existe a disciplina de Jornalismo Literário¹²,

¹² Até o segundo semestre de 2018, a disciplina era ministrada pelo professor Paulo Paniago, das 14h às 15h50. Oferta e informações sobre a matéria disponíveis no Matrícula Web da UnB em: <www.matriculaweb.unb.br/graduacao/disciplina.aspx?cod=150720>. Acesso em 25 de outubro de 2018.

que serviu de incentivo à produção dos textos para o **Quadrado Literário**. Dessa forma, visou-se empregar este modelo de escrita aos textos para o *website*.

5 O PRODUTO

5.1 MISSÃO E VALORES DO QUADRADO LITERÁRIO

Missão: Informar e propagar eventos literários em Brasília e nas cidades satélites, para disseminar cultura e trazer a valorização do escritor brasileiro na capital.

Valores: Prezar pela liberdade de expressão; a veracidade dos fatos compartilhados no *website* e nas demais mídias sociais com que o projeto lida; a inclusão de pautas sociais unidas à literatura de Brasília; e o zelo pelas contribuições dos autores que escolheram a capital como estadia. A inclusão das cidades satélites na plataforma e o diálogo sempre aberto com leitores e escritores do Distrito Federal são de extrema importância.

5.2 LAYOUT DA PÁGINA

O projeto de pesquisa e elaboração do *layout* do **Quadrado Literário** começou na primeira semana de julho de 2018. Foi escolhido o ambiente on-line de criação e edição de *websites* Wix (www.wix.com), que permite ao usuário gerar plataformas em HTML5 (versão *desktop*) e *mobile* (versão para dispositivos móveis). A escolha se deu, principalmente, pela disponibilidade de mais de 500 *templates* (modelos de *websites*) semi-prontos — que podem ser personalizados — e a facilidade e rapidez proporcionada pelo Wix.

O *layout* principal do *website* foi finalizado em setembro de 2018. No mesmo mês, o domínio www.quadradoliterario.com foi disponibilizado.



Figura 2. Favicon e URL do website

5.3 LOGO DO WEBSITE

Após a escolha do *template*, houve o *brainstorming* (tempestade de ideias) — técnica na qual são apresentadas diversas sugestões, sem julgamentos ou autocríticas, na busca por um objetivo de um indivíduo ou grupo envolvido em determinada iniciativa — para se alcançar o nome do projeto: **Quadrado Literário**.

Em seguida, houve o começo do processo da criação da identidade visual do *website*. A começar pela logo, em que se destacou o “quadrado quebrado”, em alusão ao poder que a literatura possui de ir além do território de origem (no caso, o Distrito Federal) e encontrar mais público.

Exemplos:



Figura 3. Primeira logo planejada



Figura 4. Segunda logo planejada

Em seguida, foram definidas as fontes tipográficas *Yanone Kaffeesatz Light* e *Bebas Neue* para a logo e, após sugestões de estudantes da área de design (Vinícius Lage e Matheus Natan) e de comunicação organizacional (Gabriel Medeiros Pessoa e Matheus Serafim), da UnB, chegou-se ao seguinte desenho:



Figura 5. Terceira logo, por Matheus Natan (colaborador)

Por fim, a versão final foi definida:



Figura 6. Logo e cores escolhidas

Em seguida a logo foi aplicada e a aba principal do *website* ganhou a primeira versão, que obteve as seguintes atualizações:



Figura 7. Logo aplicada, com foto sem filtro



Figura 8. Logo aplicada, com foto e filtro na cor preta



Figura 9. Logo, com foto e filtro na cor sépia



Figura 10. Logo aplicada, com imagem saturada – versão final

5.4 CORES DO QUADRADO LITERÁRIO

A escolha das cores foi inspirada pelo livro *Brasília Pantone*, da arquiteta e urbanista Gabriela Bilá e a fotógrafa Marília Alves, projeto de registro fotográfico das diferentes escalas cromáticas da cidade — projetadas ou construídas por acaso — que investiga como a paleta de cores urbana transforma nossa experiência de viver em Brasília.

Em seguida, houve a definição das editorias do **Quadrado Literário** e suas respectivas cores que dariam o tom da identidade visual do site: 1. entrevistas (laranja), 2. concursos literários (verde), 3. agenda (azul) 4. contribuições (rosa) 5. resenhas (amarelo) e 6. ensaios (cinza).

CORES DAS EDITORIAS

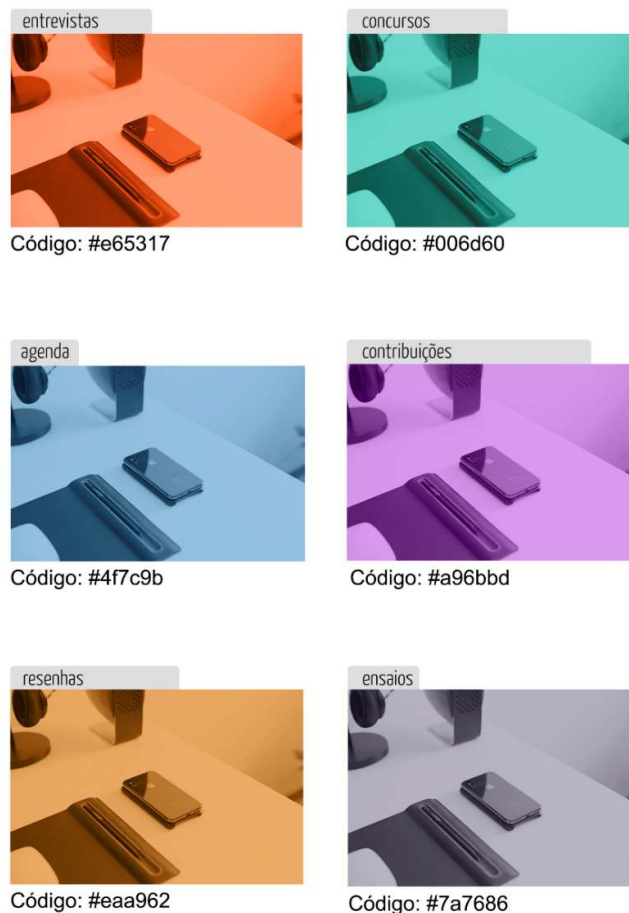


Figura 11. Projeto de cores do website

5.5 ABAS PRINCIPAIS DO WEBSITE

Finalizadas as primeiras concepções da identidade visual do **Quadrado Literário**, surgiu o momento da criação das abas principais do *website*, que se resumem em:

1. **Início:** A *homepage* da plataforma, porta de entrada para os visitantes.



Figura 12. Início do site **Quadrado Literário**

2. **Notícias:** Conteúdo destinado a informar sobre assuntos relacionados à literatura brasileira que possuem valor-notícia. A preferência é por reportagens que interfiram no cotidiano dos autores e consumidores do mercado editorial. A colocação do tópico em segundo lugar na guia de navegação, logo após a *homepage*, se deu pelo *website* ter foco em compartilhar ações literárias. As entrevistas, resenhas e demais reportagens ficam nesse tópico.

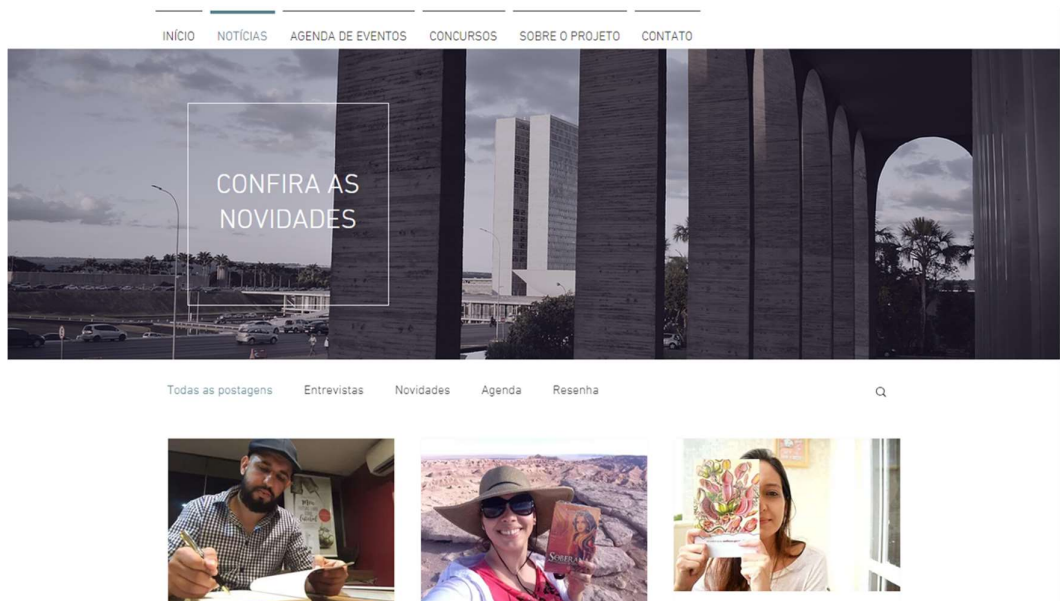


Figura 13. Aba de notícias do website

- 3. Agenda de eventos:** Contém uma seleção com eventos literários no Distrito Federal. Saraus, feiras do livro, bienais, lançamentos de livros de escritores que entrem em contato com o *website* e outras iniciativas. O tópico ficou logo em seguida às notícias principais por servir como complemento aos leitores sobre iniciativas culturais que podem participar.



Figura 14. Aba de eventos do website

- 4. Concursos:** Estão reunidas iniciativas do Distrito Federal e de outros estados. Esse espaço é destinado a divulgação de oportunidades literárias como concursos e antologias. Foi colocado em quarto lugar na guia de navegação por ser um ambiente voltado essencialmente para o autor.



Figura 15. Aba com lista de concursos e oportunidades literárias

- 5. Sobre o projeto:** O texto de explicação sobre a iniciativa da plataforma traz os objetivos principais do *website*, os colaboradores da iniciativa e a missão e valores da página.



Figura 16. Aba de apresentação do projeto

6. **Contato:** Contém texto de abertura e uma tabela composta por assunto, e-mail e espaço para a mensagem dos que tiverem interesse em contatar os organizadores do *website*.

INÍCIO NOTÍCIAS AGENDA DE EVENTOS CONCURSOS SOBRE O PROJETO CONTATO

FALE COM A GENTE

Aqui você pode enviar dúvidas e sugestões aos idealizadores do site

Nome * E-mail *

Adicione mensagem

Figura 17. Aba de contato e envio de contribuições para o website

Para situar os novos visitantes da plataforma, foi inserido uma série de slides que apresenta o **Quadrado Literário** e suas principais funções com o

texto: “Notícias, Concursos e Eventos — Conheça escritores Locais — Veja mais da literatura da capital”.

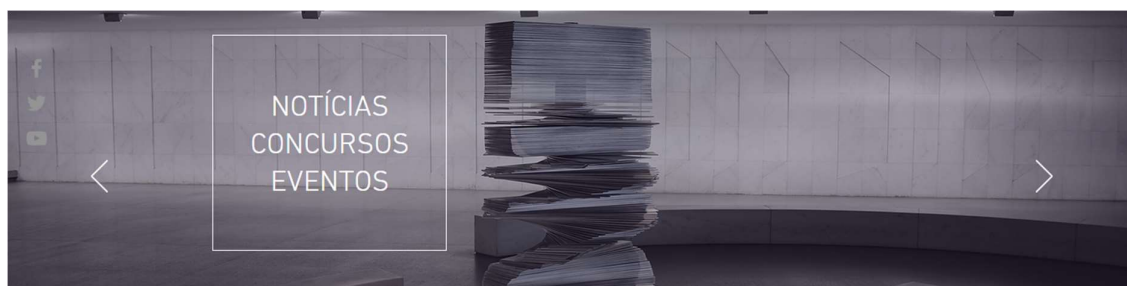


Figura 18. Transição de slides do website

Abaixo do slide são apresentados os destaques do **Quadrado Literário**, utilizando as cores das editorias como filtros.



Figura 19. Aba com as principais notícias do website

O processo de entrevistas começou em agosto de 2018. Foram definidas as primeiras pautas: série de entrevistas com autores de livros que trazem a temática do futebol, uma entrevista com Kássia Monteiro — autora do gênero de fantasia — e resenha crítica sobre uma das obras pesquisadas ao longo da criação da plataforma.

6 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Tabela dos valores investidos no produto:

Descrição	Valor	Desconto/Detalhes da compra
Domínio e <i>layout</i> do Quadrado Literário	R\$ 173,4 / plano anual	Desconto de 50%
Livro <i>Mulheres que mordem</i> , de Beatriz Leal	R\$ 6,65	Compra em e-book
<i>Segunda divisão</i> , de Clara Arreguy	R\$ 9,72	Compra em e-book
<i>Soberana – A ascensão da rainha de Marte</i> , de Kássia Monteiro	R\$ 15,90	Compra em e-book
<i>Literatura brasileira contemporânea: um território contestado</i>	R\$ 22,41	Compra em e-book
Marcadores de livros	R\$ 45,75	100 unidades
TOTAL	R\$ 273,83	

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, o **Quadrado Literário** é resultado de erros e acertos deste primeiro semestre de imersão no cenário da literatura brasiliense. Aberto às mudanças que possam advir da experiência do usuário, todo empenho na construção deste ambiente virtual resultou em acréscimos importantes — como a aba “Agenda de eventos” e “Concursos” — que somaram ao conteúdo a ser veiculado.

Em suma, o *website* foi construído na tentativa de abrandar o problema de divulgação que escritores brasilienses encontram após a conclusão das suas obras. O propósito foi colocar em prática toda experiência adquirida pelo fundador ao longo do curso de Comunicação Social na Universidade de Brasília, dos estágios em jornalismo e na troca de experiência com colegas da graduação. Além de captar autores ou eventos do tema, outra meta é que os escritores cheguem até o *website* e vejam o **Quadrado Literário** como parceiro, fonte de informações e uma nova janela para essa parte cultural no DF.

O desejo é prosseguir com a plataforma e apoiar a produção dos artistas da cidade e incentivar leitores a inserirem títulos brasilienses em suas bibliotecas pessoais. Por hora, a gravação de uma série de vídeos no YouTube sobre literatura é planejada, assim como a execução das peças de divulgação para as mídias sociais.

8 REFERÊNCIAS

LIVROS

ARREGUY, Clara. *Segunda divisão*. Brasil: Lamparina, 2005. 144 p.

BARBOSA, Maria da Glória. *O cristal e a chama: A linguagem literária que traduz o objeto Brasília*. Brasília: Gdf, 2002. 257 p.

BEHR, Nicolas. *Brasília-A-Z: cidade-palavra*. Brasília: [s.n.], 2014. 176 p.

BEHR, Nicolas. *BraXília revisitada*. Brasília: [s.n.], 2012, 2ª edição. 108 p.

BEHR, Nicolas. *Laranja seleta*. Rio de Janeiro: Língua Geral, 2007.

CASTELLO, José. *A literatura na poltrona: jornalismo literário em tempos instáveis*. Brasil: Record, 2007. 204 p.

COSTA, Luiz Carlos Guimarães. *História da literatura Brasiliense*. Brasília: Thesaurus, 2005. 439 p.

DALCASTAGNÈ, Regina. *Literatura brasileira contemporânea: um território contestado*. Brasil: Editora Horizonte, 2012. 207 p.

LEAL, Beatriz. *Mulheres que mordem*. Brasil: Ímã Editorial, 2015. 120 p.

MONTEIRO, Kássia. *Soberana: A ascensão da rainha de Marte*. Brasil: Editora Draco, 2015. 152 p.

MACEDO, Chico. *Meu futuro livro sobre futebol*. Brasília: [s.n.], 2016. 268 p.

PANIAGO, Paulo. *No compasso das letras*. Brasília: Terceiro Setor, 2012. 144 p.

RANDAZZO, Sal. *A criação de mitos na publicidade*. Brasil: Rocco, 1997. 408 p.

INTERNET

GANDRA, Alana. *Pesquisa diz que, de 69 milhões de casas, só 2,8% não têm TV no Brasil*. Agência Brasil, 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-02/uso-de-celular-e-acesso-internet-sao-tendencias-crescentes-no-brasil>>. Acesso em: 6 nov. 2018.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL. LEI N° 5.021. *Lei de acesso à cultura*, Brasília, DF, jan. 2013. Disponível em: <www.goo.gl/BSiz5L>. Acesso em: 25 de out. 2018.

IBGE (2018). *IBGE Cidades*. Disponível em: <www.cidades.ibge.gov.br/brasil/df/brasil/panorama>. Acesso em: 25 out. 2018.

IBGE (2016). *Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal*. 2016. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Anual/Acesso_Internet_Televisao_e_Posse_Telefone_Movel_2016/Analise_dos_Resultados.pdf>. Acesso em: 25 out. 2018.

IBOPE (2015). *Retratos da Literatura no Brasil*. Disponível em: <www.prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf>. Acesso em: 25 out. 2018.

LANNES, Paulo. *Jovens escritores do DF conquistam milhares de fãs nas redes sociais*. Metrôpoles, 2016. Disponível em: <<http://www.metropoles.com/entretenimento/literatura/jovens-escritores-do-df-conquistam-milhares-de-fas-nas-redes-sociais>>. Acesso em: 6 nov. 2018.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (2013). *Para compreender o jornalismo literário*. Disponível em: <www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio>.

academico/_ed730_para_compreender_o_jornalismo_literario>. Acesso em: 7 dez. 2017.

PELLEGRINI, Tânia. *A literatura e o leitor em tempos de mídia e mercado*. 1997. Disponível em: <www.unicamp.br/iel/memoria/projetos/ensaios/ensaio33.html>. Acesso em: 25 out. 2018.

PENA, Felipe. *O jornalismo Literário como gênero e conceito*. 2006. Disponível em: <www.portcom.intercom.org.br/pdfs/77311256385591019479200175658222289602.pdf>. Acesso em: 25 out. 2018.

TOLEDO, Priscilla Bassitt Ferreira. *O comportamento da geração Z e a influência nas atitudes dos professores*. 2015. Disponível em: <www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/38516548.pdf>. Acesso em: 25 out. 2018.

9 ANEXOS

MARCADORES DE PÁGINAS PARA A DIVULGAÇÃO DO *WEBSITE*

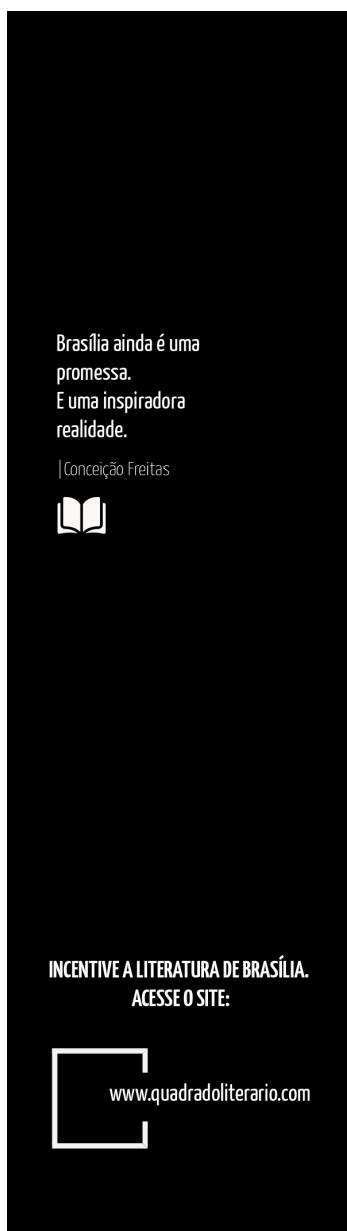


Figura 20. Marcador versão 1

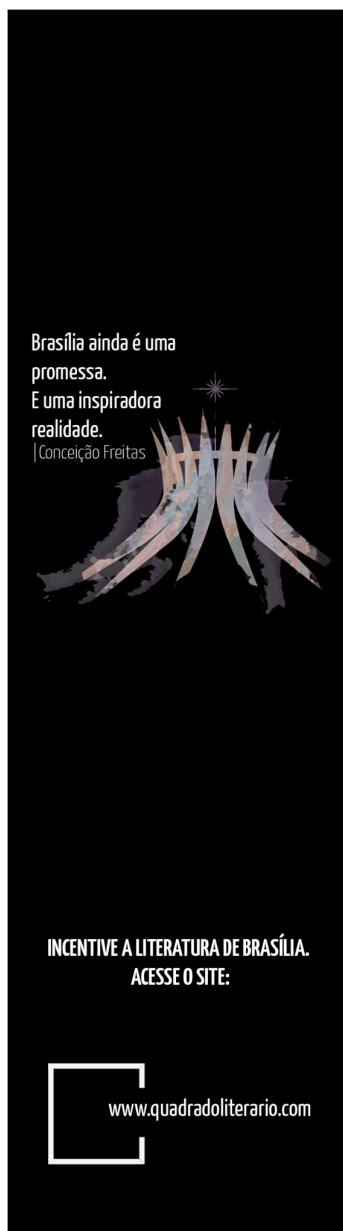


Figura 21. Marcador versão 2 - final

CRIAÇÃO DA PERSONA DA MARCA

A persona é uma humanização da marca, exercício em que se busca identificar o produto enquanto pessoa, com necessidades e características próprias. A técnica é apresentada no livro *A criação de mitos na publicidade*, de Sal Randazzo (1997, p. 286), e ao final de uma série de perguntas apresenta-se um personagem que transpõe a identidade da criação.

Com quem se pareceria a marca se fosse uma pessoa?	Alguém criativo e espontâneo, que tem amor pela literatura brasileira, curioso, que gosta de checar informações sobre o cenário político e cultural do local onde vive
Seria homem ou mulher? Jovem ou velho?	Homem, entre os 25-30 anos. Procura reconhecimento pelo trabalho que desempenha e se firmar no meio literário
Qual seria a sua profissão?	Escritor, porém exerce outra atividade no setor público
Como se vestiria?	Algo com tom casual, como calça jeans, tênis, relógio de pulso e demais acessórios para o dia a dia — como mochila ou bolsas
Como passaria o tempo livre?	Escrevendo ou usufruindo de atrações artísticas e literárias do Distrito Federal
Quais seus hobbies e interesses?	Escrita, música, leitura, política. Também assiste vídeos do YouTube e acessa a internet para se informar
Que tipo de carro dirige?	Um carro popular
De que tipo de música gostaria?	Indie, rock, mpb, instrumental, folk, pop e hip-hop
Onde gostaria de passar férias?	Por mais que preferisse continuar em Brasília ou arredores, buscaria por centros urbanos onde exista diversidade de eventos culturais, como Rio de Janeiro
Como a marca seria se fosse:	
Uma viagem de férias	Algum local com diversidade de eventos culturais, no Brasil
Um tecido	Algodão

Uma bebida	Vinho
Um restaurante	Carpe Diem, na 104 sul
Uma celebridade	Alguém que utiliza bastante a internet e se mostra acessível para o público, como Eduardo Spohr ou Pedro Gabriel
Um carro	HB20

O **Quadrado Literário** seria um escritor entre 25-30 anos, que procura reconhecimento no meio literário, tem amor pela cultura local, ocupa um cargo como servidor público, veste roupas casuais, possui gosto musical eclético, valoriza centros urbanos, bebe vinho e dirige um carro popular enquanto se mantém ativo no ambiente on-line.

ARTES DO PLANEJAMENTO DAS REDES SOCIAIS - YOUTUBE

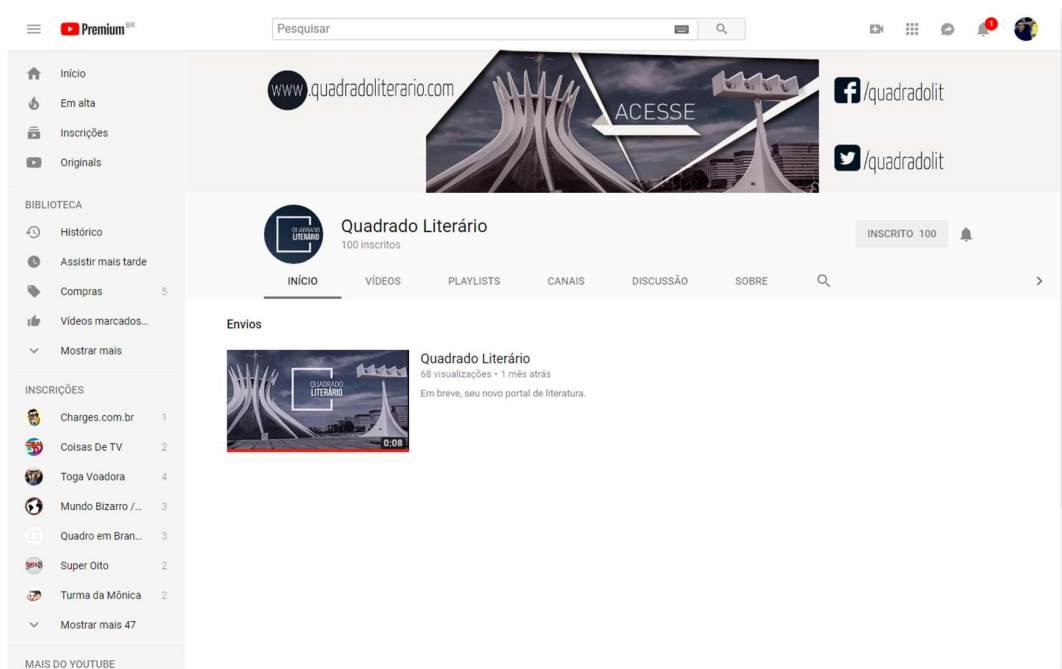


Figura 22. Canal no YouTube do Quadrado Literário



Figura 23. Capa do canal no YouTube



Figura 24. Imagem escolhida para o perfil do canal

ARTES DO PLANEJAMENTO DAS REDES SOCIAIS - FACEBOOK

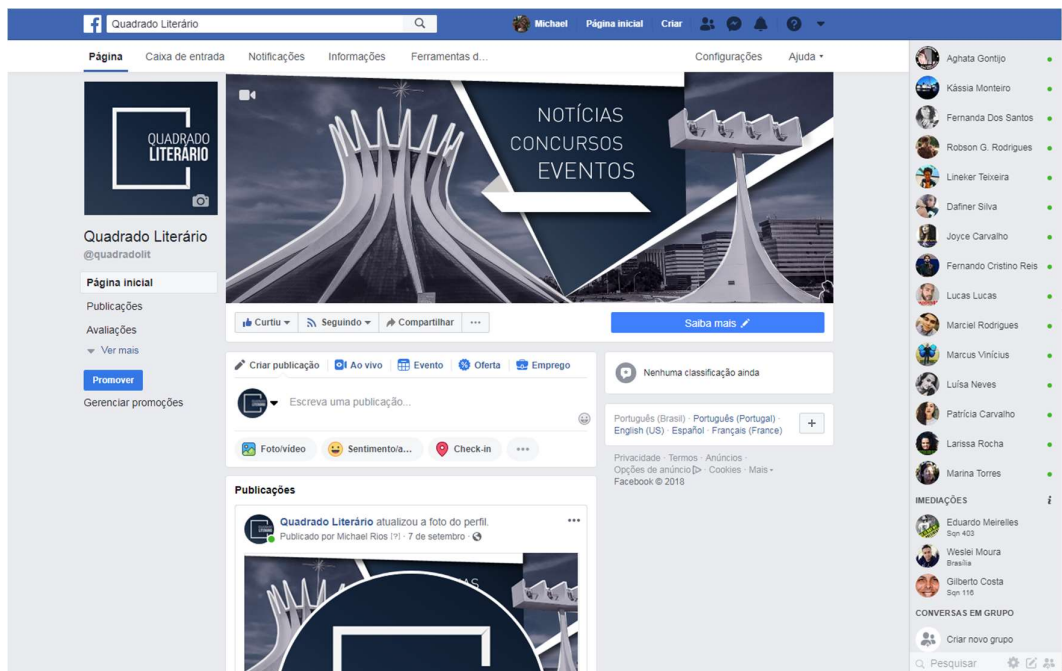


Figura 25. Página no Facebook do Quadrado Literário



Figura 26. Capa da página no Facebook



Figura 27. Imagem escolhida para a página do Facebook

ARTES DO PLANEJAMENTO DAS REDES SOCIAIS - TWITTER



Figura 28. Conta no Twitter do Quadrado Literário



Figura 29. Capa no Twitter



Figura 30. Imagem escolhida para a conta no Twitter